



Communiqué de presse

Tassin, le 19 septembre 2013

Premier semestre 2014 :

- **Résultats impactés par le lancement de nouvelles offres en France et à l'international**
- **Prise de positions sur des marchés porteurs avec une vision à long terme**

Comptes consolidés, audités, en K€	30 juin 2014	30 juin 2013
Chiffre d'affaires consolidé	14 270	14 870
Résultat d'exploitation	- 2 359	107
Résultat net des sociétés intégrées ⁽¹⁾	- 1 807	- 410

(1) Avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition

Des résultats impactés par une hausse des charges

ADTHINK MEDIA (ALADM) affiche au 30 juin 2014 un chiffre d'affaires de 14,3 M€, en recul de 4% (600 K€), et une perte d'exploitation exceptionnellement élevée de 2,4 M€ à comparer à un gain de 0,11 M€ au premier semestre 2013.

L'activité du semestre a été contrastée comprenant un repli du chiffre d'affaires dans l'édition et une croissance à deux chiffres dans la monétisation.

Le résultat d'exploitation du groupe a été principalement touché par une forte hausse des charges :

- Les charges de personnel augmentent de plus de 1 M€, celles-ci passant de 4,3 M€ au premier semestre de l'exercice précédent à 5,4 M€ au 30 juin 2014.
- Les charges externes (hors dépenses publicitaires), augmentent quant à elles de 1,2 M€ pour atteindre 7,6 M€ au 30 juin 2014.

Ces augmentations sont directement liées à la hausse des effectifs et aux investissements menés dans le cadre du déploiement d'offres innovantes, en France et à l'international (cf page 2). L'effectif du groupe (161 collaborateurs) a notamment augmenté de 30% par rapport à fin juin 2013, avec des équipes renforcées dans la plupart des activités ainsi qu'à Palo Alto dans la filiale américaine.

Le résultat financier s'établit à - 0,06 M€, en amélioration par rapport au 30 juin 2013 (-0,17 M€). Après enregistrement d'un produit exceptionnel de 0,20 M€, le résultat net des sociétés intégrées s'établit à - 1,81 M€.

2014 : un élan couteux mais positif pour l'avenir avec le déploiement en cours de nouvelles offres innovantes, en France et à l'international

ADTHINK MEDIA a su remédier aux principales difficultés rencontrées dans l'édition sur le premier semestre et connaît à l'interne une dynamique positive au sein de ses différentes activités. Conformément aux informations communiquées en juillet 2014, le groupe est sous l'impulsion de plusieurs lancements commerciaux :

- **Mailkitchen.com**, solution de routage emailing en self-service destinée à un marché de 125 millions de TPE/PME est mondialement déployée en 6 langues. Cette solution B to B compte un nombre croissant d'abonnés (80% à l'international) et bénéficie d'avantages différenciateurs forts. De nombreux sites de webmarketing place notamment Mailkitchen.com en tête des solutions e-mailing aux côtés des plus grands acteurs internationaux. A fort potentiel pour le groupe, la solution s'appuie sur un modèle économique récurrent, basé sur un parc d'abonnés.

- **BIG** (this-is-big.com), plateforme de Big Data Marketing, est en lancement commercial (France et international) et présente une grande qualité technologique. La plateforme met en relation les éditeurs de sites web qui collectent des données très précises sur les internautes et, les annonceurs qui cherchent à cibler au plus près leurs campagnes publicitaires. Rendues anonymes, les données sont mises aux enchères, puis permettent de monétiser l'audience pour l'un et d'optimiser les performances marketing pour l'autre. ADTHINK MEDIA collecte ainsi plus d'un milliard de données par jour pour créer des profils d'internautes.

- **Advertstream**, solution de monétisation d'audience, finalise sa mutation technologique d'Adexchange en RTB avec un décalage de quelques mois. Elle profite entre temps sur 2014 d'un portefeuille de clients en développement aussi bien pour des campagnes publicitaires médias qu'à la performance. Son Adexchange devrait être connecté au marché mondial des achats programmatiques début 2015, un pas majeur pour ADTHINK. Après plusieurs années d'investissement Advertstream peut désormais revendiquer une place sur ce marché mondial à très fort potentiel.

Au-delà de ces développements qui demandent d'importantes ressources, ADTHINK investit aussi dans la **mobilité** par la conception commercialisation de ses sites B to C (rencontre, jeux) et de leurs applications mobiles à l'international (plus de 4 pays). Les sites reçoivent un bon accueil et le potentiel commercial y est également important.

Un bilan sain

Après impact des résultats du semestre, les capitaux propres d'ADTHINK MEDIA s'établissent à 9,5 M€ au 30 juin 2014 (contre 11,5 M€ au 31-12-13).

L'endettement financier est de 4,0 M€ au 30 juin 2014 (contre 3,3 M€ au 31-12-13) et le groupe affiche une trésorerie de 5,8 M€ au 30 juin 2014, stable par rapport à fin 2013 (5,9 M€).

Il en ressort un taux d'endettement net de l'ordre de 20%.

Bertrand Gros, Directeur Général, commente :

« Nos marchés évoluent fortement, que ce soit dans le B to C avec la montée en puissance de la mobilité ou dans le B to B avec la naissance de plateformes mondiales de vente de publicités aux enchères. Nous avons fait le choix stratégique de ces innovations et disposons aujourd’hui d’offres performantes. De même, il est devenu incontournable de se positionner à l’international pour qu’ADTHINK renoue avec une forte croissance.

L’ensemble de ces investissements à un coût important, mais notre groupe reste solide et fait preuve d’une forte expertise technologique. Les équipes ont été de fait renforcées et sont enthousiasmées par le tournant que nous avons pris ; le potentiel commercial de toutes nos offres devrait se révéler à partir de 2015. Nous construisons sur l’avenir, avec une vision très claire de ce qui est bon pour le groupe à long terme. »

A propos d’ADTHINK MEDIA

Groupe média Internet, ADTHINK MEDIA est un acteur global de l’internet en France articulé par deux pôles d’activités complémentaires à fortes synergies : l’édition et la monétisation d’audience. Le groupe a réalisé un chiffre d’affaire de 31,1 M€ sur l’exercice 2013 et compte 161 personnes au 30 juin 2014

ADTHINK MEDIA est certifiée “Entreprise Innovante” par OSEO Innovation et est éligible aux FCPI

www.adthink-media.com

Alternext Paris : ALADM - FR0010457531

Contacts

ADTHINK MEDIA : Bertrand GROS - Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

PCE : Ségolène de Saint Martin – T : +33 1 47 22 63 66 - +33 6 16 40 90 73